CÓMO CONSTRUIR UNA PRESENCIA ONLINE EN 4 SIMPLES PASOS

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Contenido

Página Web

Publicidad online

Redes Sociales

Clientes

Conversión "Compra"

Prospectos

Compra Recompra

Email Marketing



Contenido

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Paso 1

Clientes

Página Web

Conversión "Compra"

Prospectos

Publicidad online

Email Marketing

Compra Recompra

Redes Sociales



Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Publicidad online

Redes Sociales

Contenido

Paso 1

Página Web

Conversión "Compra"

Clientes

Prospectos

Compra Recompra

Email Marketing



Contenido

Paso 1

Clientes

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Página Web

Conversión "Compra"

Prospectos

Publicidad online

Paso 2

Email Marketing

Compra Recompra

Redes Sociales




Contenido
Clientes
Mercado Objetivo
Motores de búsqueda
Paso 1
Página Web
Conversión "Compra"
Prospectos
Publicidad online
Paso 2
Email Marketing
Compra Recompra
Redes Sociales
bien pensado marketing


Contenido
Clientes
Paso 3
Mercado Objetivo
Motores de búsqueda
Paso 1
Página Web
Conversión "Compra"
Prospectos
Paso 2
Publicidad online
Email Marketing
Compra Recompra
Redes Sociales
bien pensado marketing

Contenido

Paso 1

Página Web

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Publicidad online

Paso 2

Redes Sociales

Paso 3

Clientes

Conversión "Compra"

Prospectos

Compra Recompra

Email Marketing



Contenido

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Paso 1

Página Web

Paso 3

Clientes

Conversión "Compra"

Prospectos

Publicidad online

Paso 2

Redes Sociales

Paso 4

Compra Recompra

Email Marketing




Contenido
Mercado Objetivo
Motores de búsqueda
Paso 1
Paso 3
Clientes
Página Web
Conversión "Compra"
Prospectos
Paso 2
Publicidad online
Paso 4
Compra Recompra
Email Marketing
Redes Sociales
bien pensado marketing



Contenido
Mercado Objetivo
Motores de búsqueda
Paso 1
Paso 3
Clientes
Página Web
Conversión "Compra"
Prospectos
Paso 2
Publicidad online
Redes Sociales
Paso 4
Compra Recompra
Email Marketing
bien pensado marketing

1

PASO NÚMERO

CONSTRUYA O REMODELE SU "LOCAL" EN LA WEB

"LOCAL" = PÁGINA WEB


Página
Web


bien
pensado
marketing

Razones por las que una página no genera los resultados esperados

- No están claros cuáles son los resultados esperados
- No se miden los resultados (aún si están definidos)
- No reciben suficientes visitantes (poco tráfico)
- Limitado contenido (quiénes somos, productos, contacto)
- No invitan a una acción clara (sólo informan)
- Información desactualizada



¿Qué espera de la página?

- Ser encontrado por más prospectos (más y mejor contenido optimizado)
- Convertir más visitantes en clientes potenciales (herramientas de conversión para un siguiente paso)
- Soportar argumentos de venta de la gestión comercial (razones de preferencia y diferenciales)
- ¿Imagen de marca o *branding?* (una marca se construye para algo más)



Las preguntas de un visitante al sitio

- ¿De qué se trata este sitio?, ¿Es confiable?
- Acabo de llegar de Google, ¿cómo me puede ayudar?
- Sólo quiero sus número telefónico, ¿dónde está?
- Contenido específico (blog, artículo, herramienta)
- Contenido, casos de éxito, testimoniales, ubicaciones, comparativos, FAQ, siguiente paso.
- Quiero comprar ese producto, ¿siguiente paso?



CONSTRUYA O REMODELE SU "LOCAL" EN LA WEB

"LOCAL" = PÁGINA WEB

CON CONTENIDO ATRACTIVO PARA LOS VISITANTES


Página
Web


bien
pensado
marketing


Contenido
Página
Web

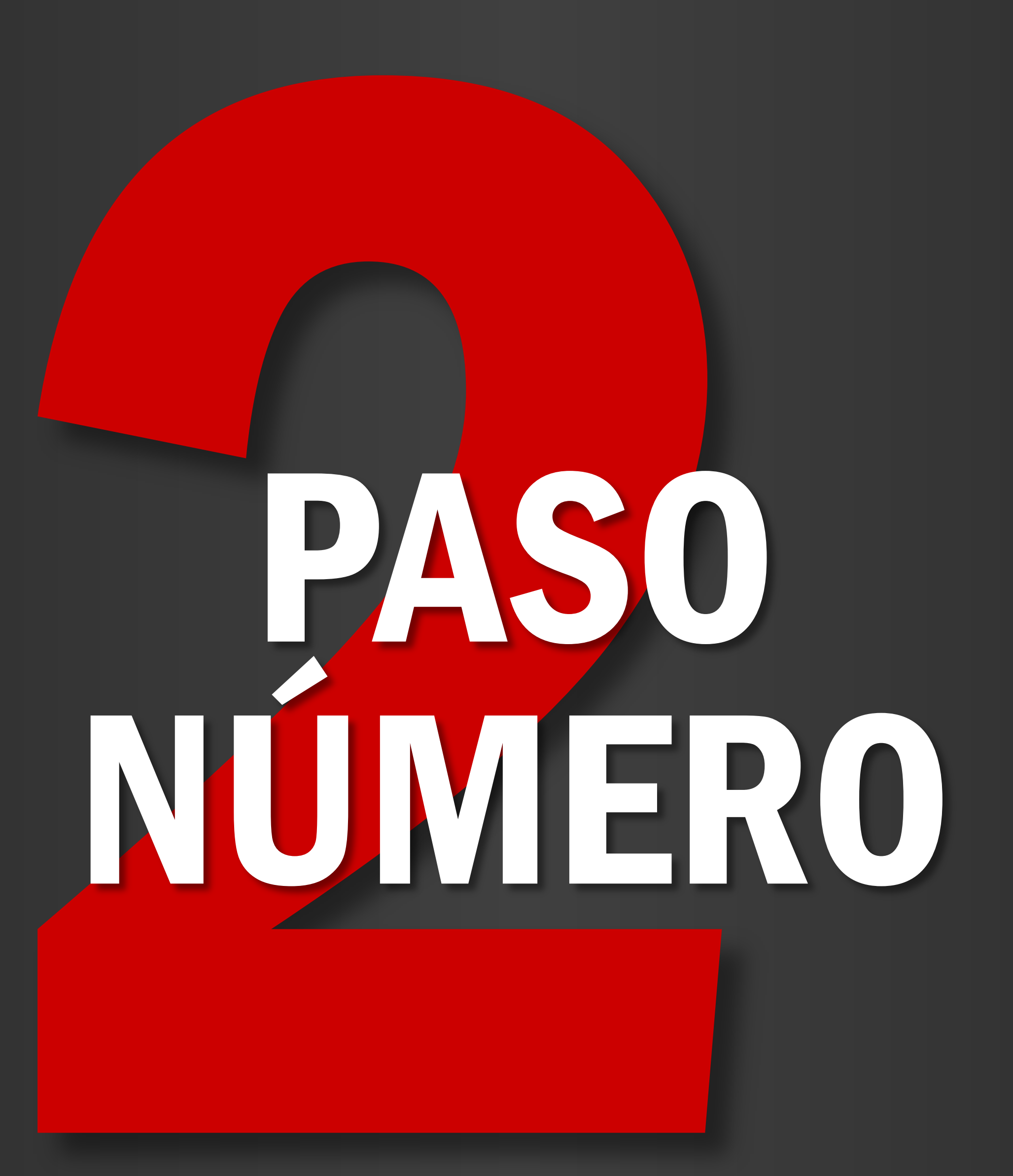

bien
pensado
marketing

Contenido es información

El contenido es la información que crea y pone frente a sus clientes potenciales para lograr su interés e invitarlos a un siguiente paso.

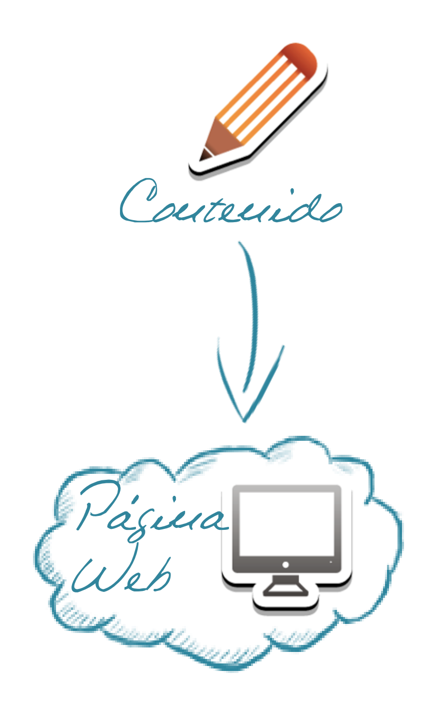
- Temas, desafíos y oportunidades para su mercado objetivo
- Educa clientes potenciales y líderes de opinión
- Incluye cosas como libros electrónicos, blogs, artículos, conferencias, videos, entre otros.



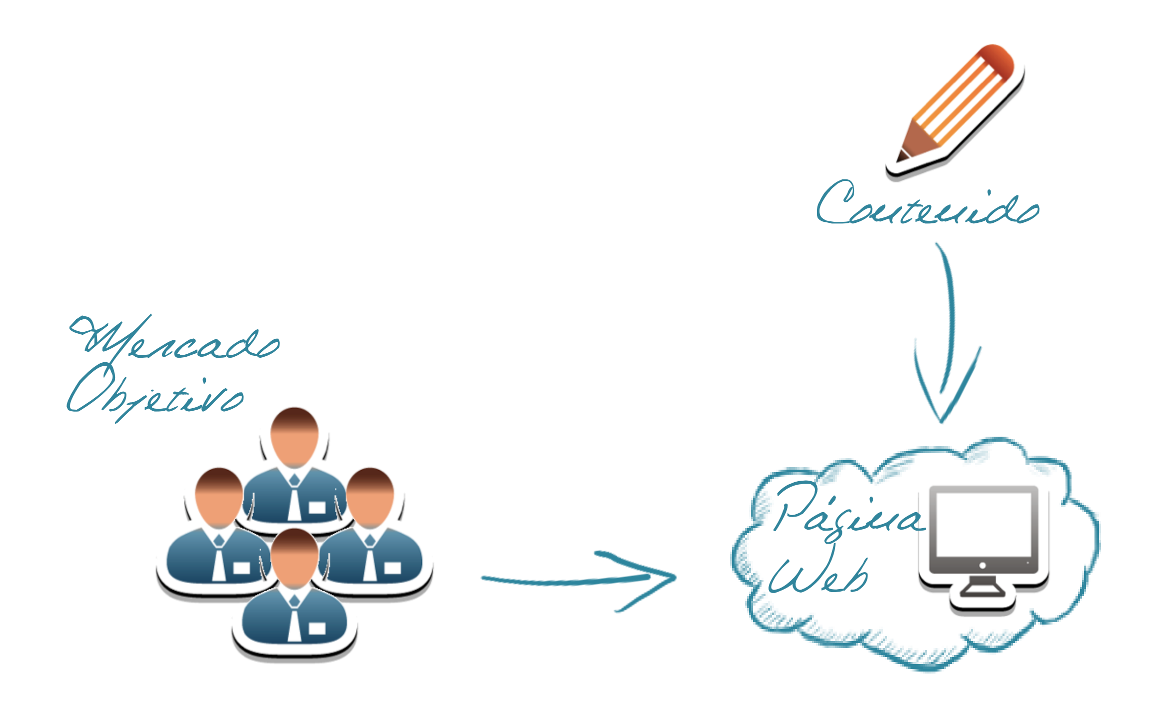

2
PASO
NÚMERO

LLEVE VISITANTES AL “LOCAL”

VISITANTES = TRÁFICO


Contenido
Página
Web

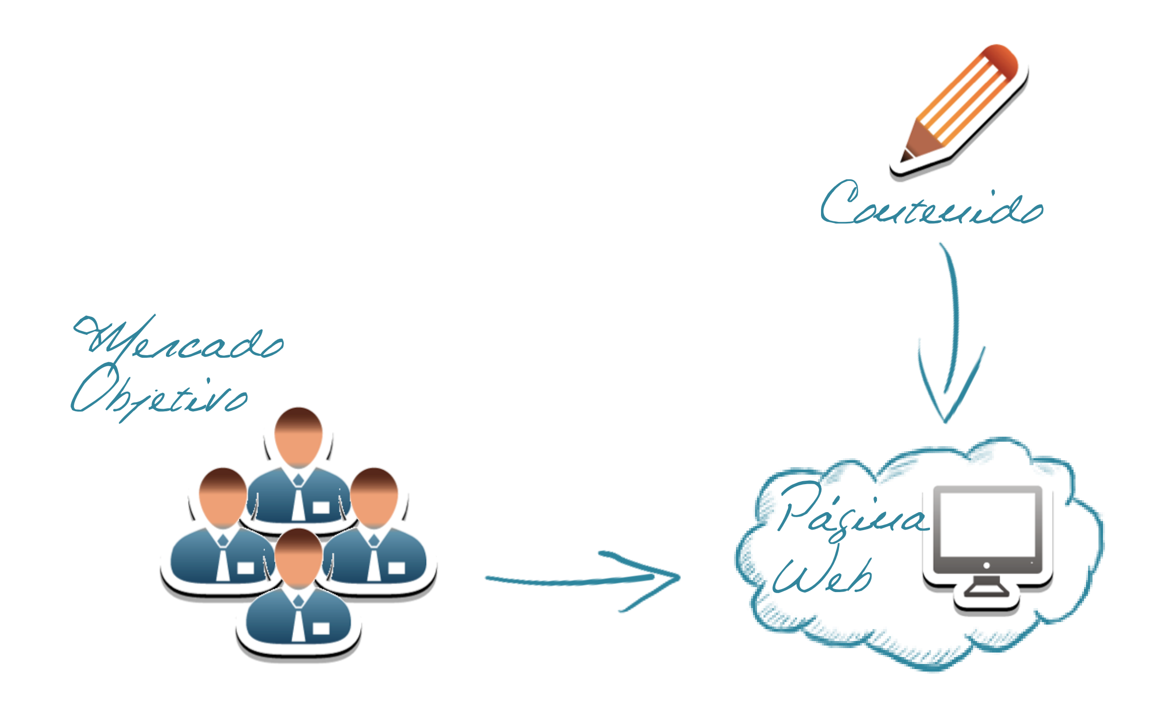

bien
pensado
marketing


Contenido
Mercado
Objetivo
Página
Web

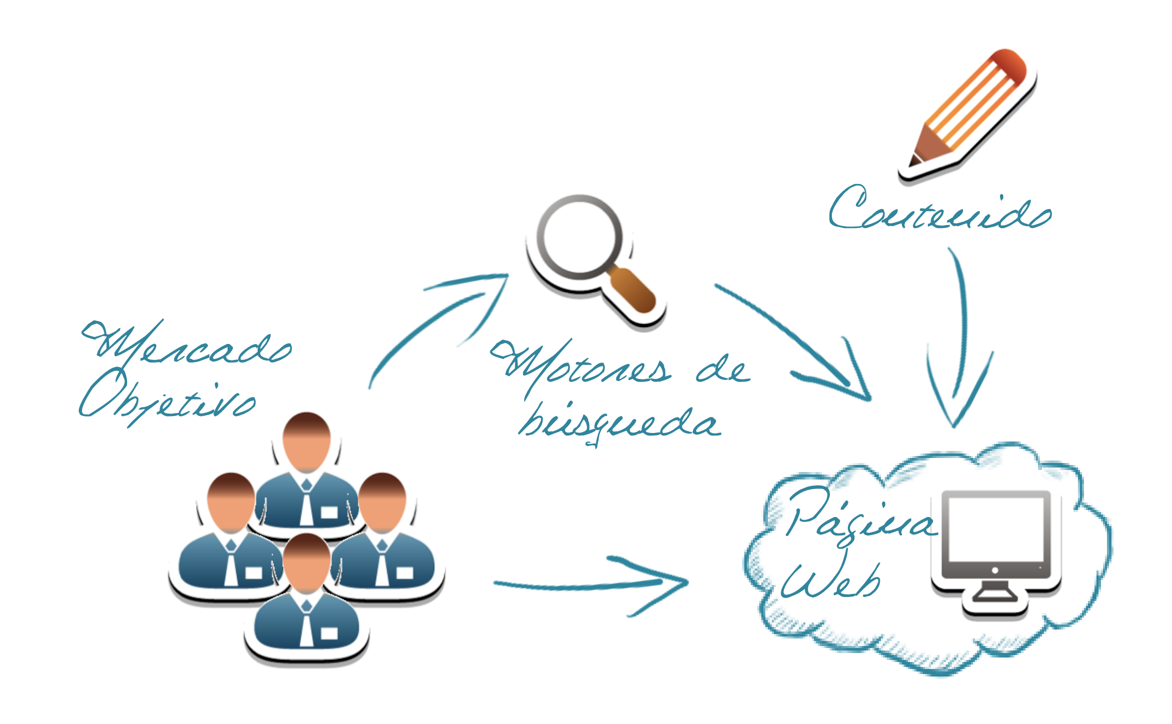

bien
pensado
marketing

PARA ESTO HAY
3 OPCIONES

1. MOTORES DE BÚSQUEDA


Contenido
Mercado
Objetivo
Página
Web


bien
pensado
marketing


Contenido
Mercado Objetivo
Motores de búsqueda
Página Web


bien
pensado
marketing

SEO = Search Engine Optimization
Optimización para motores de búsqueda

"Optimizar" es organizarle la información a Google para que la encuentre fácilmente cuando alguien se la pida.

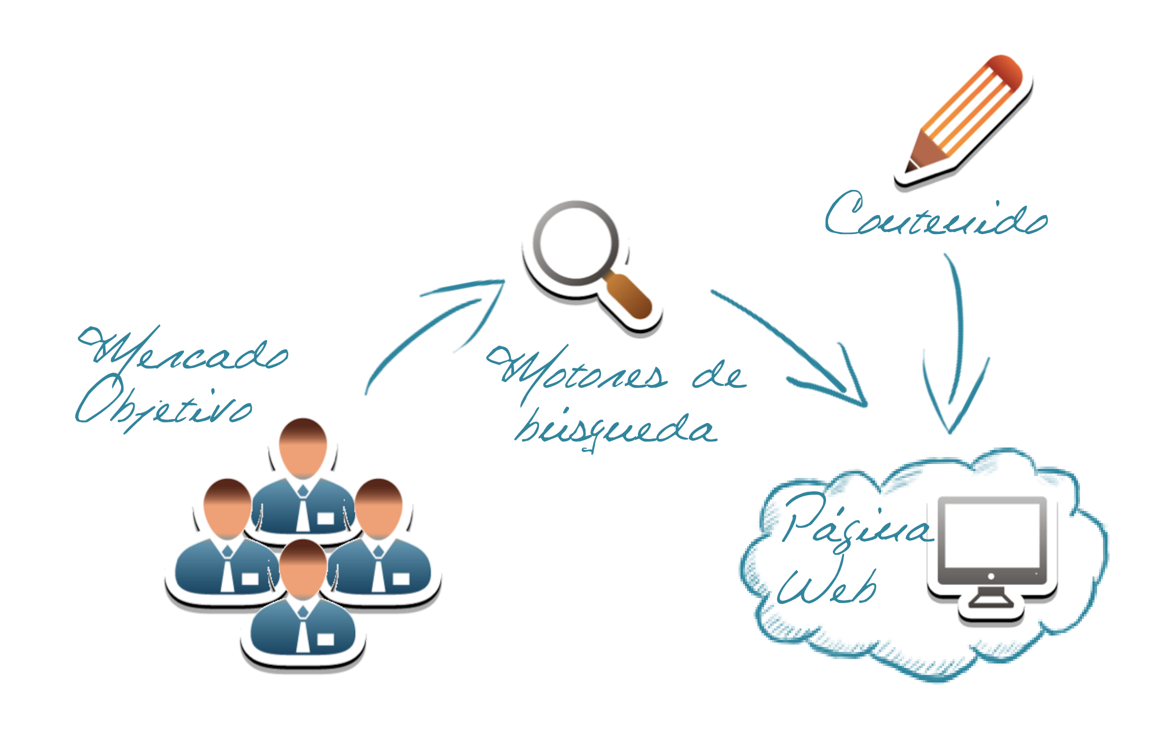
Debe organizarle toda la información de su página:

- Páginas internas
- Artículos del blog
- Imágenes
- Documentos



1. MOTORES DE BÚSQUEDA

2. PUBLICIDAD ONLINE


Mercado
Objetivo
Motores de
búsqueda
Contenido
Página
Web


bien
pensado
marketing

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Contenido

Página Web

Publicidad online



Modelos de publicidad online

- **CPM** (Costo Por Mil)
  Se cobra por impresiones. Una impresión es cada vez que se muestra el anuncio. Se cobra un valor por cada mil impresiones. La inversión total es según el número de impresiones compradas.

- **CPC** (Costo Por Clic)
  Se cobra solamente cada vez que alguien da clic al anuncio. Usted oferta lo que pagará por cada clic. Se cobra de acuerdo al número de clics recibidos.



Posibilidades de segmentación

	Adwords	Facebook	Linkedin
Palabras clave	✓	✗	✗
País/ciudad	✓	✓	✓
Zona de la ciudad	✓	✗	✗
Remarketing	✓	✗	✗
Edad/Sexo	✓	✓	✓
Intereses	✓	✓	✓
Compañía	✗	✗	✓
Cargo	✗	✗	✓
CPM	✓	✓	✓
CPC	✓	✓	✓



1. MOTORES DE BÚSQUEDA
2. PUBLICIDAD ONLINE
3. REDES SOCIALES

Contenido

Motores de búsqueda

Mercado Objetivo

Página Web

Publicidad online



Contenido

Motores de búsqueda

Mercado Objetivo

Página Web

Publicidad online

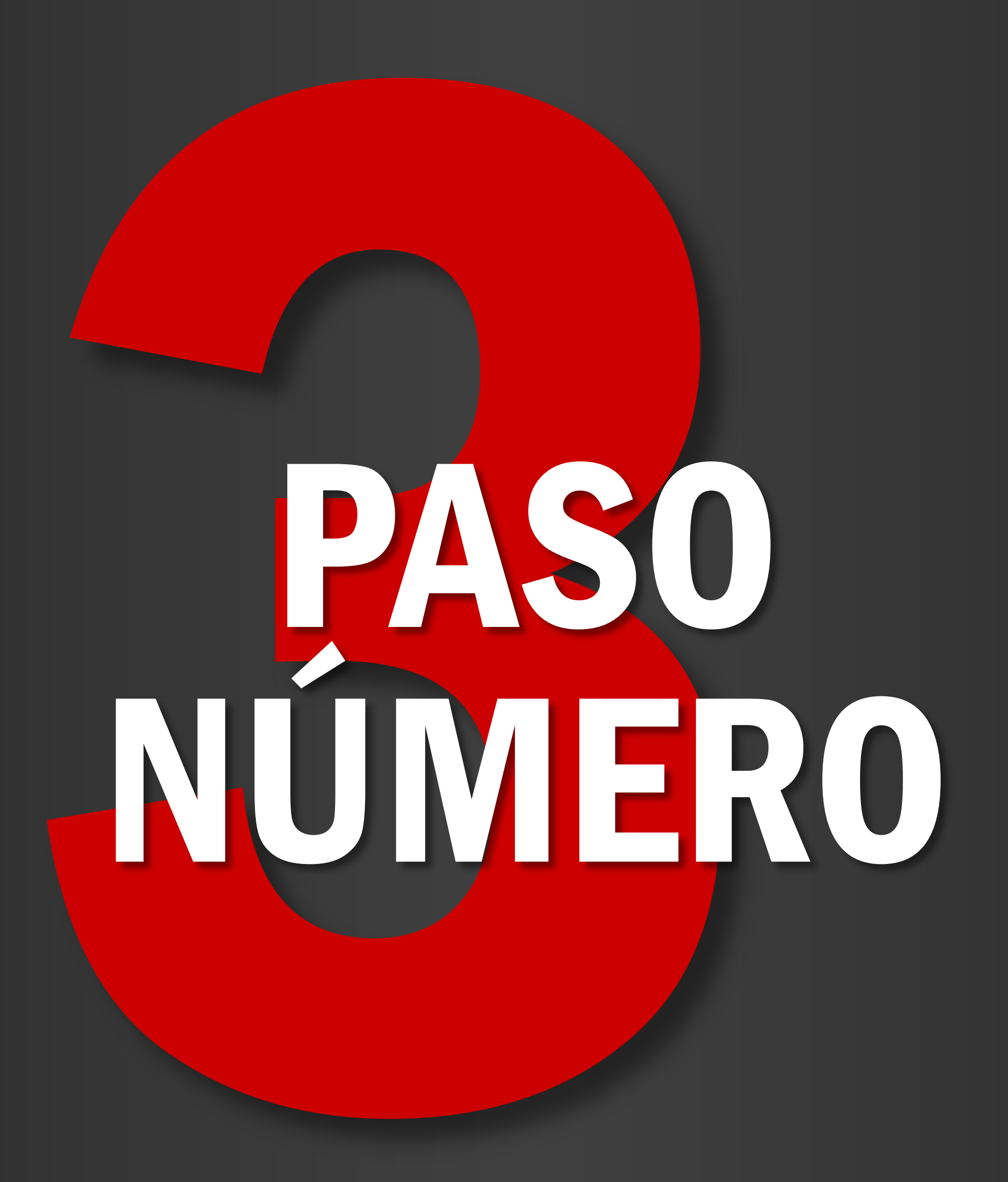
Redes Sociales



Por qué redes sociales

- Es una fuente de clientes potenciales
- Mantenerse en el *top of mind* de la comunidad
- Construye confianza
- Vehículo para amplificar el contenido
- Soporte al cliente
- Conecta con posibles aliados




3
PASO
NÚMERO

INCENTIVE QUE LOS

VISITANTES

“COMPREN”

“COMPREN” = CONVERSIÓN

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Contenido

Página Web

Publicidad online

Redes Sociales



Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Contenido

Publicidad online

Página Web

Redes Sociales

Conversión "Compra"

Clientes

Prospectos



Conversión es… el siguiente paso

- Compra de producto/servicio
- Suscripción al boletín electrónico
- Inscripción en webinar/evento
- Diligenciamiento formulario contacto
- Solicitud de información adicional
- Descarga de documento
- Solicitud de cotización



4

PASO NÚMERO

PERMANEZCA EN EL RADAR

PERMANEZCA EN EL RADAR = EMAIL MARKETING

Contenido

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Clientes

Página Web

Conversión "Compra"

Publicidad online

Prospectos

Redes Sociales



Contenido

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Clientes

Página Web

Conversión "Compra"

Publicidad online

Prospectos

Redes Sociales

Email Marketing



PARA QUE LOS QUE NO HAN

COMPRADO,

COMPREN

Y LOS QUE YA

COMPRARON,

REPITAN

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Contenido

Página Web

Publicidad online

Redes Sociales









Contenido

Mercado
Objetivo

Motores de
búsqueda

Clientes

Página
Web

Conversión
"Compra"

Publicidad
online

Prospectos

Email
Marketing

Compra
Recompra

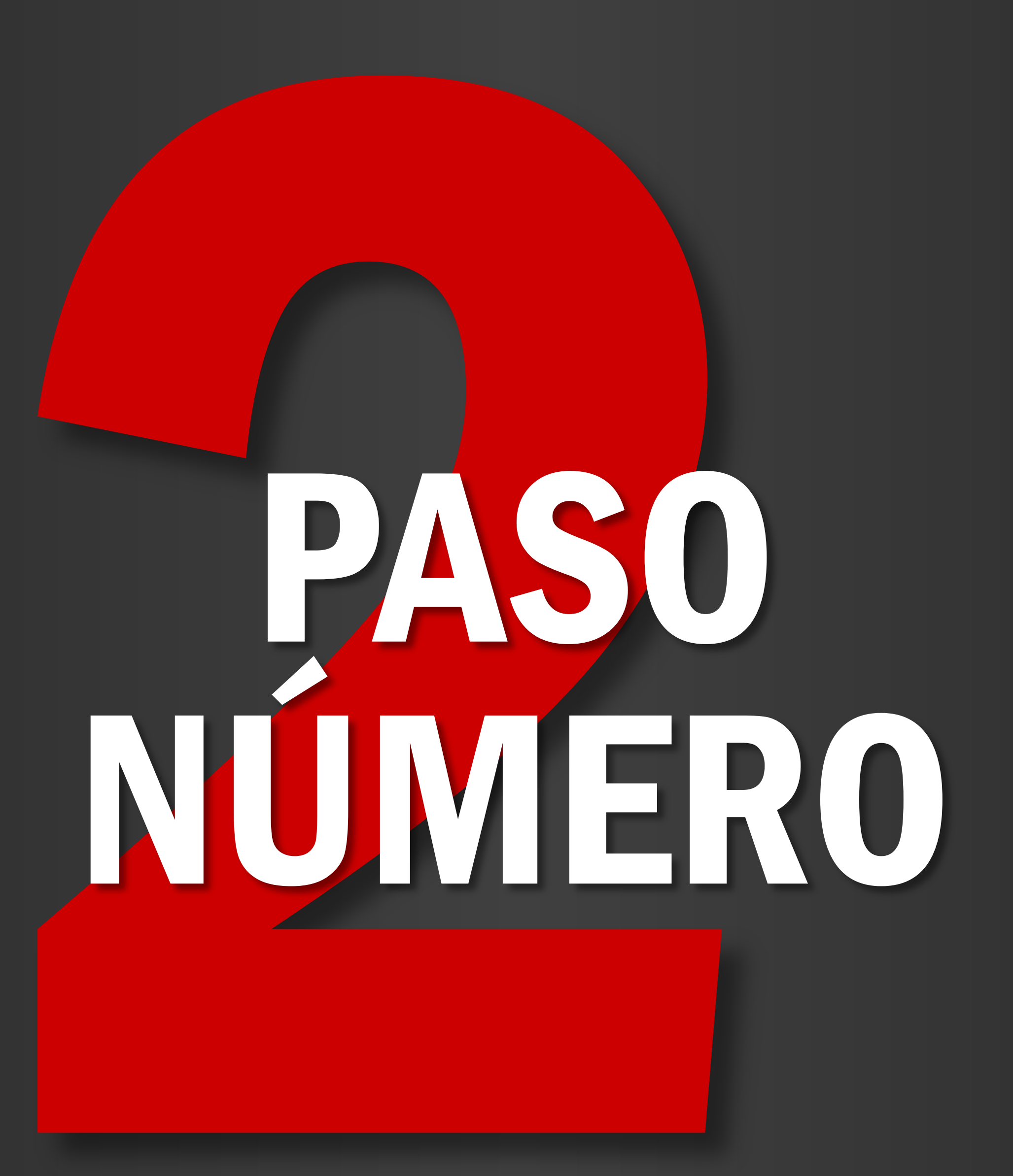
Redes Sociales



1 PASO NÚMERO

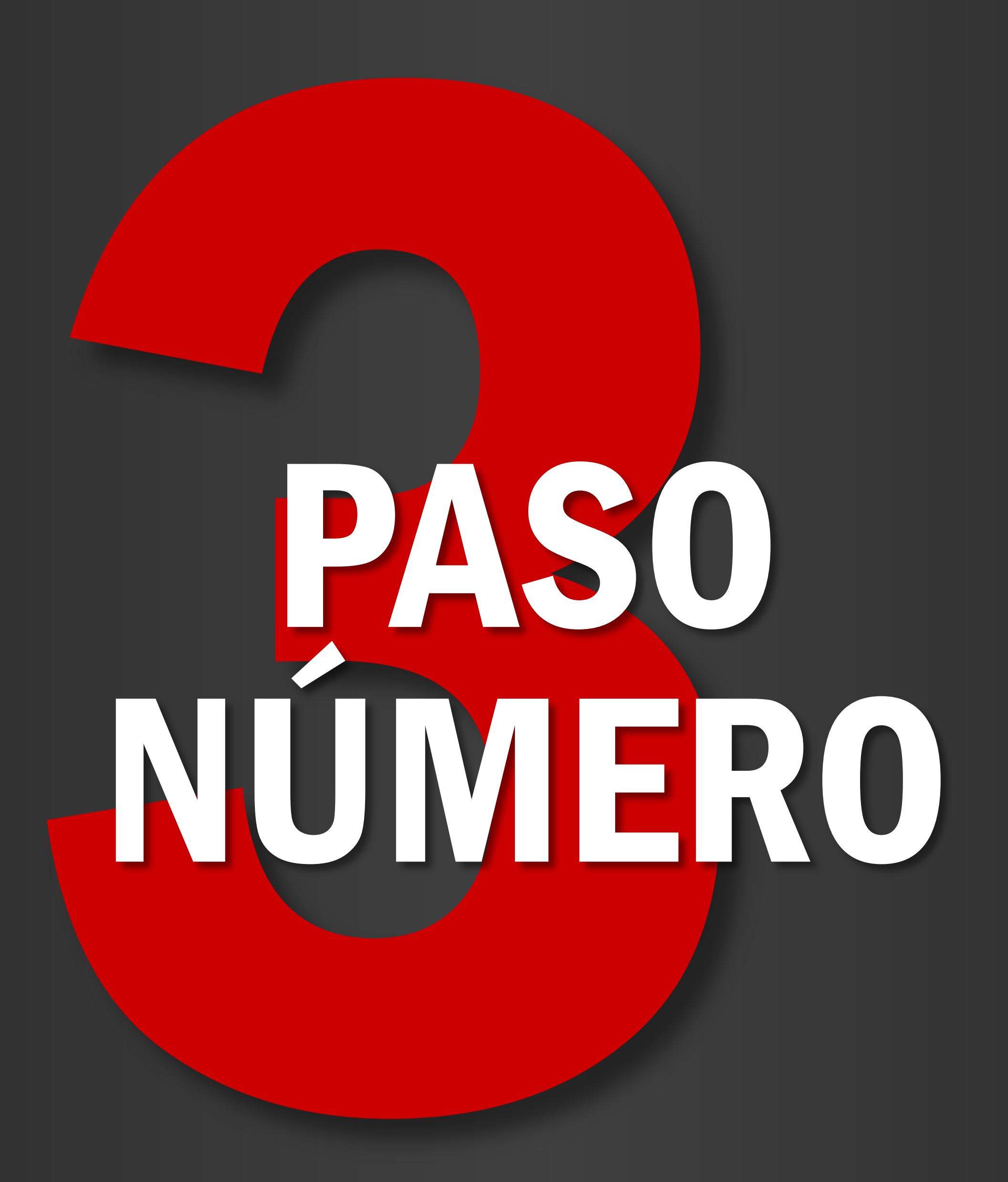
CONSTRUYA O REMODELE SU “LOCAL” EN LA WEB

“LOCAL” = PÁGINA WEB


2
PASO
NÚMERO

LLEVE VISITANTES AL “LOCAL”

VISITANTES = TRÁFICO


3
PASO
NÚMERO

INCENTIVE QUE LOS VISITANTES "COMPREN"

"COMPREN" = CONVERSIÓN

4 PASO NÚMERO

PERMANEZCA EN EL RADAR

PERMANEZCA EN EL RADAR = EMAIL MARKETING

Mercado Objetivo

Motores de búsqueda

Contenido

Página Web

Publicidad online

Redes Sociales

Clientes

Conversión "Compra"

Prospectos

Compra Recompra

Email Marketing



PROGRAMA DE ESTUDIO AUTODIRIGIDO

WWW.BIENPENSADO.COM/
ECOSISTEMA-DIGITAL